



Facebook Carousel Konten:

Cara Membuat CONTENT dan Iklan

Ingin menggunakan beberapa gambar dalam iklan Facebook tunggal atau posting?
Udah coba fitur Carousel Facebook?

Fitur Facebook Carousel memungkinkan Anda untuk mempublikasikan beberapa gambar dan link dalam satu posting atau iklan. Dalam artikel ini Anda akan menemukan cara untuk membuat dan menggunakan Facebook posting carousel dan iklan dalam pemasaran Facebook Anda.

Mengapa Buat Carousel Pos dan Iklan

carousel Facebook pos atau iklan adalah cara kreatif untuk mendapatkan konten lebih ke ruang yang lebih kecil. Anda dapat memiliki lima gambar yang unik, masing-masing dengan judul yang berbeda, deskripsi, dan URL semua dalam cerita yang sama. Mempublikasikan posting korsel atau iklan sebagai cerita organik di dinding halaman Anda dan / atau unit iklan; baik dapat dengan mudah dilihat di desktop dan mobile.

Menurut sebuah laporan oleh Kinetic Sosial, iklan carousel melakukan 10 kali lebih baik daripada iklan biasa. Plus, karena 90% dari pengguna Facebook mengakses melalui mobile. dapatkan trik khusus mendapatkan lebih banyak dolar mereka dengan melakukan unit iklan yang dapat bergulir bolak-balik. Selain Iklan Carousel terintegrasi Instagram (IG ADS).

Ada beberapa pilihan ketika datang untuk berganti posting dan iklan. Buat posting korsel organik, mengubah sebuah posting korsel organik menjadi iklan, atau membuat iklan korsel dari awal.



1: REACH Organik Carousel Posting

Untuk membuat posting carousel langsung pada halaman Anda, DAN tanam link Anda di Facebook secara otomatis akan mengisi dengan gambar pratinjau, ukuran gambar yang **1200 x 628** piksel, dimensi standar untuk link posting atau iklan.

Namun, karena gambar carousel yang persegi, Facebook akan muncul keluar pusat gambar. Jika gambar asli akan dipotong dengan cara yang tidak masuk akal, Anda mungkin perlu menghapus gambar yang Mempopulai, dan meng-upload satu persegi. Ini direkomendasikan bahwa Anda ukuran gambar korsel di **600 x 600** piksel.

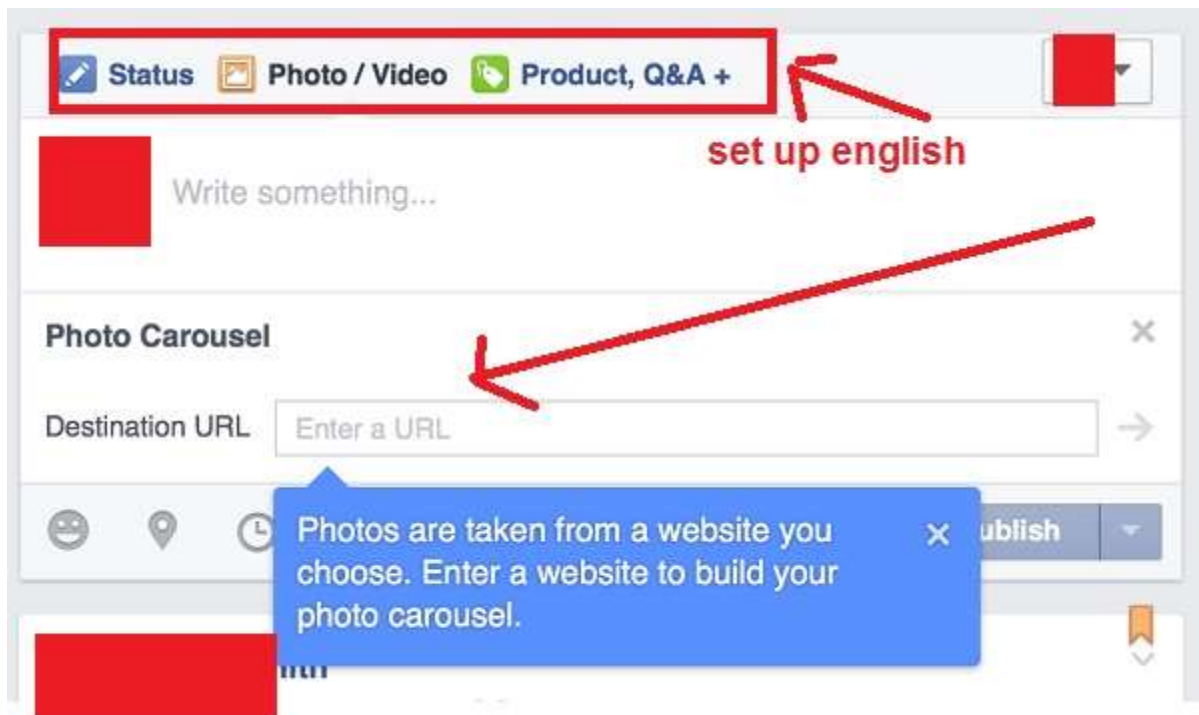
Klik tanda plus dan kemudian meng-upload gambar tambahan (hingga lima total) untuk menggunakan untuk posting Anda.

Pilih gambar berkualitas tinggi yang mengandung kurang dari 20% teks. Hal ini terutama penting jika Anda berencana untuk mengubah posting karsel menjadi iklan. Gunakan Facebook Grid Alat untuk memastikan gambar Anda akan disetujui, jika Anda memutuskan untuk mengubah pos menjadi iklan karsel.

Drag dan drop gambar Anda untuk mengubah urutan.

Facebook akan mengisi gambar Anda ke dalam posting karsel. Menambahkan gambar baru jika perlu, dan kemudian mengedit link dan berita utama seperti di atas.

Meningkatkan Anda Carousel Posting



Setelah posting carousel Anda mendapatkan beberapa jangkauan organik dan keterlibatan, Anda dapat dengan mudah mengubahnya menjadi iklan carousel dengan meningkatkan pos. Saya sarankan melakukan hal ini melalui BUSINESS Manager, bukan PE-power editor di tombol Boost, karena ada lebih penargetan dan penempatan pilihan.

Pergi ke Iklan Manager dan klik Buat Iklan. Pilih Meningkatkan Posting Anda, dan pilih halaman dan posting.

CAMPAIGN: Choose your objective

Choose the objective for your campaign

Help: Choosing an Objective

Boost your posts

Promote your Page

Send people to your website

Increase conversions on your website

Get installs of your app

Increase engagement in your app

Reach people near your business

Raise attendance at your event

Get people to claim your offer

Get video views

Collect leads for your business

Increase brand awareness

1

2


3

Page Post Engagement

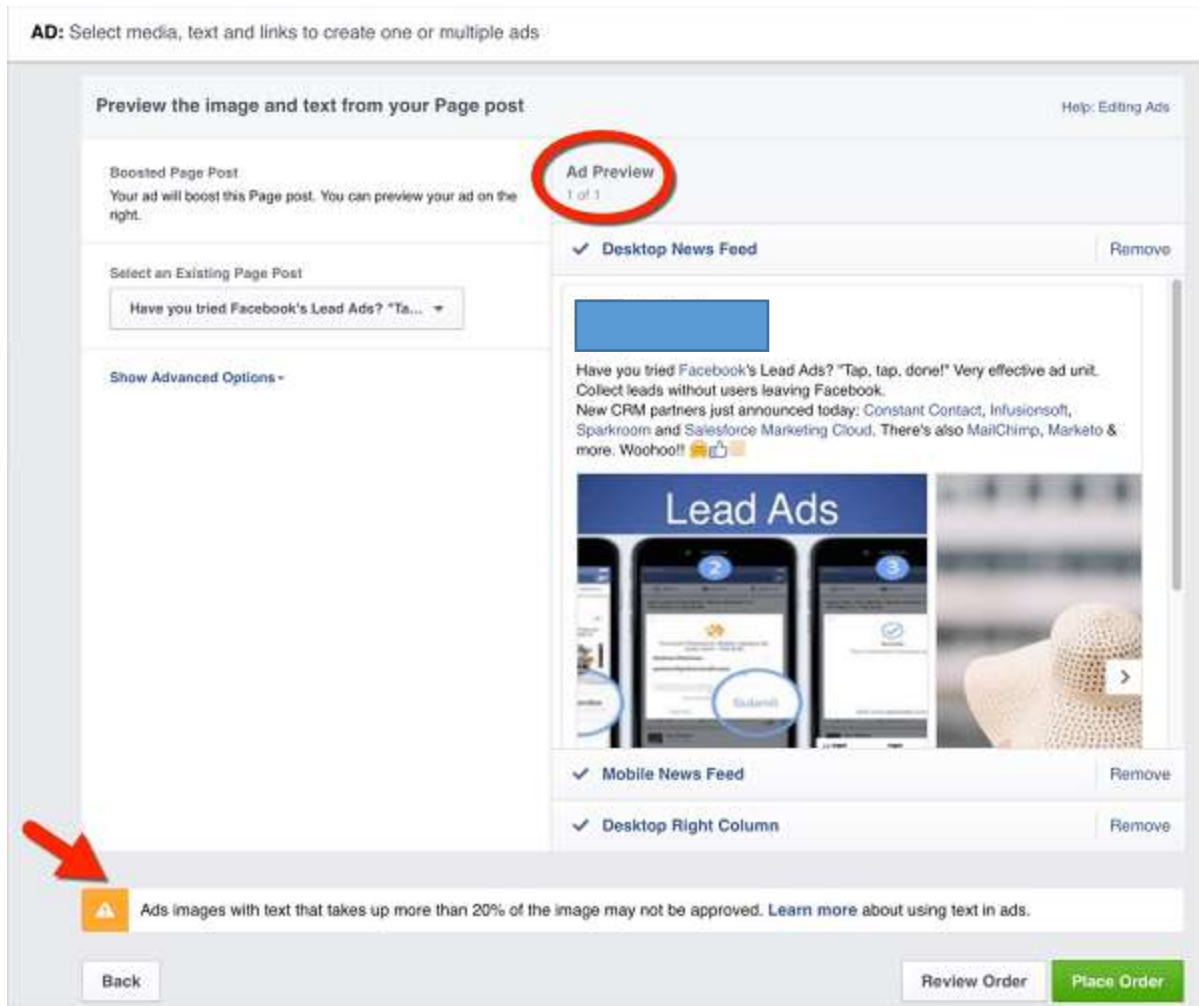
Get more people to see and engage with your Page posts

Have you tried Facebook's Lead Ad...

+

Campaign Name  Mari Smith - Post Engagement

Set Audience & Budget



Klik tombol Order ketika Anda puas dengan iklan.

Sekali lagi, perlu diingat aturan teks kurang dari 20%. Iklan korsel dalam contoh di atas akan kemungkinan besar tidak akan disetujui. Ini tidak mungkin untuk mengubah gambar posting carousel setelah mereka telah diunggah. Jadi untuk mengubah posting saya pada contoh di atas menjadi iklan carousel, aku harus mulai lagi dengan posting korsel segar atau iklan korsel dari awal.

2: Membangun Iklan Carousel

Untuk membuat iklan korsel dari awal, pergi ke Iklan Manager atau Editor Power. Pilih Buat Iklan dan memilih tujuan.

Memutuskan antara mengirim orang ke situs Anda atau mendapatkan konversi atau download. Algoritma iklan Facebook mengoptimalkan iklan yang akan ditampilkan kepada pengguna yang memiliki sejarah mengambil tindakan yang Anda pilih. Oleh karena itu, saya sarankan Anda memilih Kirim Orang ke Website Anda sebagai tujuan, karena ada lebih banyak langkah untuk mengidentifikasi orang-orang

yang memiliki riwayat konversi. Ini jauh lebih baik untuk mengirim orang ke situs web Anda dan menggunakan pixel Facebook, sehingga Anda kemudian dapat retarget pengunjung ke situs Anda.

CAMPAIGN: Choose your objective Use Existing Campaign

Choose the objective for your campaign Help: Choosing an Objective

- Boost your posts
- Promote your Page
- Send people to your website**
- Increase conversions on your website
- Get installs of your app
- Increase engagement in your app
- Reach people near your business
- Raise attendance at your event
- Get people to claim your offer
- Get video views
- Collect leads for your business
- Increase brand awareness NEW

Clicks to Website
Increase the number of visits to your website

3

Campaign Name

4

1

2


Set Audience & Budget


Setelah Anda mengatur penonton dan anggaran, memilih materi iklan.

Pilih Beberapa Gambar dalam Satu Iklan dan meng-upload gambar Anda

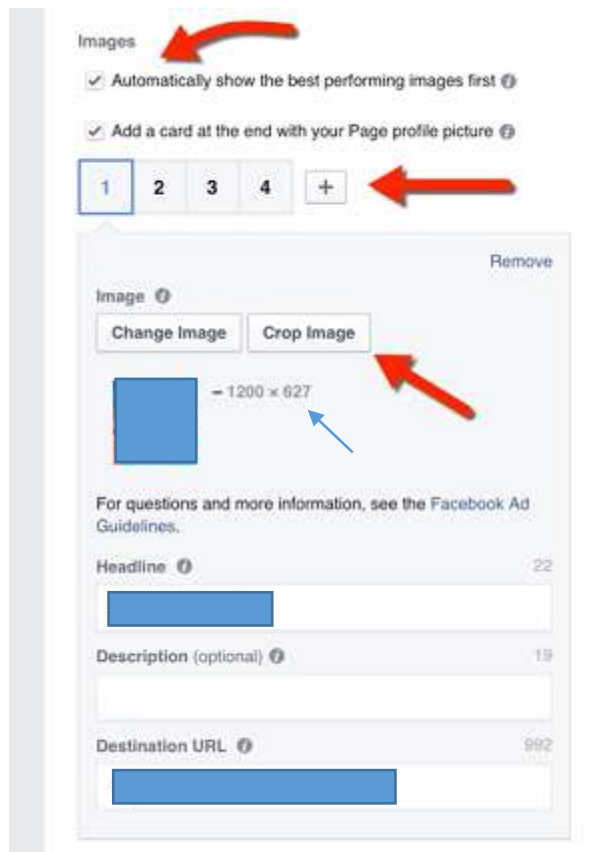
Create New Ad Use Existing Post

How do you want your ad to look?

 **A single image or video in your ads**
Show only one image or video at a time in your ad. [Learn more.](#)

 **Multiple images in one ad**
Show up to 5 images at a time at no extra cost. [Learn more.](#)

Edit URL tujuan dan menambahkan judul untuk setiap gambar (yang Facebook mengacu sebagai "kartu"). Catatan: Kemampuan untuk menambahkan video bergulir secara bertahap dan hanya akan tersedia di Editor Power.



mungkin juga ingin menambahkan tombol panggilan untuk bertindak. Namun, perlu diingat bahwa menambahkan sebuah tombol akan mengurangi berapa banyak ruang yang tersedia untuk menampilkan judul dan deskripsi.

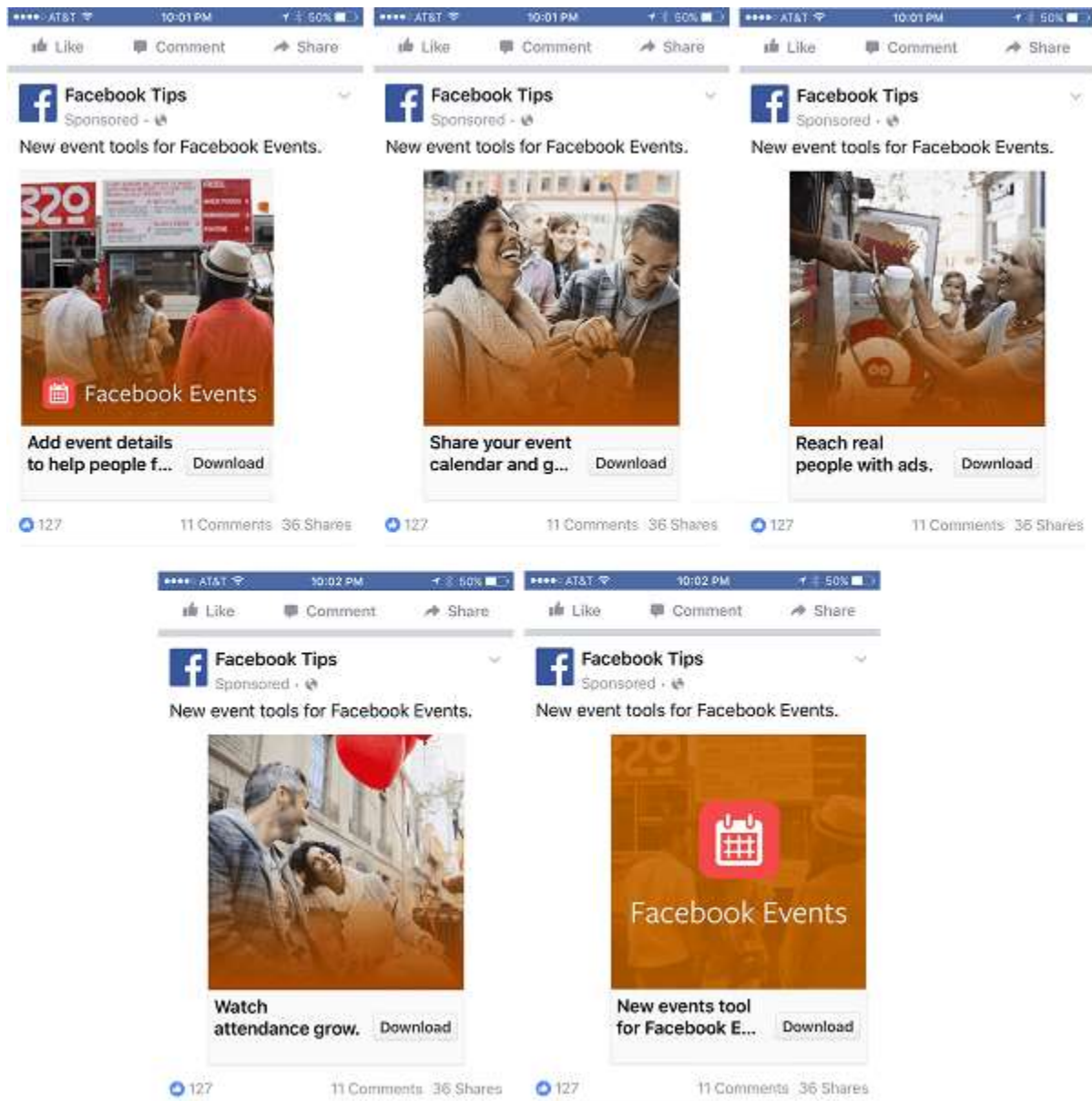
Pilihan lain yang direkomendasikan adalah untuk mengatur iklan untuk menampilkan gambar terbaik tampil pertama. Anda juga dapat menghubungkan akun Instagram Anda untuk menampilkan iklan carousel yang sama pada Instagram dan memaksimalkan visibilitas Anda.

Setelah selesai semua kustomisasi Anda, pratinjau iklan dan menempatkan pesanan.

Ada banyak cara untuk menggunakan iklan korsel. Misalnya, sebuah toko ritel atau online dapat menyorot beberapa produk, beberapa fitur pada produk tertentu, atau satu gambar yang menakjubkan dari sebuah produk menyebar ke beberapa kartu. Sebuah restoran bisa berbagi harian, mingguan spesial, atau bulanan mereka. Setiap kartu akan mengarah pada link yang berbeda. Juga, Anda dapat menggunakan iklan carousel untuk menceritakan kisah merek Anda, fitur karyawan kunci, atau berbagi bagaimana produk atau jasa Anda dapat membantu orang lain.

Iklan korsel ini dari halaman Facebook Tips mempromosikan alat Facebook Event. Ini menunjukkan

bagaimana Anda dapat menggunakan gambar yang berbeda dan judul pada setiap kartu menggambar-gambarkan manfaat dengan panggilan untuk bertindak.



rekomendasi facebook untuk praktik terbaik untuk iklan carousel termasuk konsistensi, kreativitas, dan identitas merek. Anda juga ingin orang untuk menanggapi posting Anda dan klik pada gambar / link. Oleh karena itu, menggunakan iklan korsel untuk menguji headline, copy, dan menawarkan dan melihat apa yang mendapatkan respon terbaik. Setelah Anda tahu apa yang berhasil, percobaan dan mengambil iklan korsel Anda ke tingkat yang baru.

Lihat halaman Facebook ini untuk contoh kreatif lebih Format korsel.

Meskipun posting carousel dan iklan muncul besar di desktop, rasanya seperti mereka dibuat untuk mobile. pemilik smartphone suka bergulir melalui konten tanpa kehilangan tempat mereka, dan mudah

bergerak dengan gambar-gambar ini.

Apakah Anda pergi rute organik atau dipromosikan, posting carousel memberikan pembaca Anda menyenangkan, konten kreatif dengan beberapa tempat untuk klik. Mereka sempurna untuk menampilkan mempromosikan bisnis Anda cerita, produk, dan jasa